

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. HASIL WAWANCARA

1. Apakah di Bank Syariah Mandiri menerapkan syariah marketing dalam memasarkan produk?

Ya, pasti karena kita bank syariah jadi harus menerapkan prinsip-prinsip marketing sesuai dengan syariah, entah itu dari SDM, cara kerja atau strategi cara kita memasarkan produk, hingga dari segi kita membuat sebuah produk tersebut sebelum dijual ke nasabah atau masyarakat luas.

2. Strategi pemasaran seperti apa yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jemur Handayani Surabaya?(tentu strategi ini tidak lepas dari syariah marketing).

Strategi pemasaran, yang pasti kan kita punya produk, nah lalu produk tersebut kita pasarkan dengan berbagai cara sih, diantaranya yaitu strategi pemasaran yang kita lakukan dengan cara pendekatan pada nasabah melalui kegiatan langsung atau yang sering kita sebut door to door, lalu kita mengadakan kegiatan pameran² yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan atau instansi² terkait untuk memasarkan produk kita, lalu kalau ada event-event seperti ulang tahun atau milad kota Surabaya atau milad perusahaan atau instansi-intansi yang ada dikota Surabaya ini.

3. Bagaimana strategi BSM dalam menyikapi Perubahan pasar, dalam hal teknologi serta dalam hal perubahan ekonomi yang naik turun ?
 - Pasar sedang mengalami fluktuatif

Untuk saat ini kita kan sedang mengalami kondisi pasar yang naik turun kita menggunakan strategi; yang pertama di bagian pendanaan kita lebih ke perusahaan atau instansi pemerintahan ke pegawainya, biasanya mereka gak pengaruh kan dengan adanya kondisi ekonomi yang naik turun. Nah kita lebih fokus kesitu karena yang namanya pegawai kan pasti punya gaji, nah kita juga pengen seperti mereka yang bisa stabil seperti itu, nah setelah itu kami menawari mereka pembiayaan entah itu konsumtif ataupun yang produktif, nah setelah mereka mendapatkan pembiayaan dari kami dengan otomatisnya mereka kan akan mengangsur beda kalau kita membiayai untuk usaha yang kadang mengalami naik turun yang mereka pasti juga akan terpengaruh oleh kondisi tsb. Termasuk mereka juga akan susah dalam membayar angsuran tersebut.

- Lalu dalam mengatasi Nilai rupiah yang anjlok, Indeks saham yang naik turun?

Perubahan teknologi yang semakin canggih kita akan sedemikian mungkin untuk beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Seperti net banking, e banking kita upgrade ke versi yang terbaru.

4. Bagaimana strategi BSM dalam menyikapi persaingan usaha pada bank syariah yang lain ?

- Persaingan sehat dalam memasarkan produk dan menjaga loyalitas nasabah?

Gini BSM itu kan bank syariah terbesar di Indonesia kan, bsm kan juga sudah punya nama jadi saat kita melakukan promosi masyarakat luas itu sudah tau akan kualitas kita. Selain itu kita juga menjaga loyalitas nasabah dengan layanan-layanan kita, dan dari segi teknologi pun kita tidak kalah dengan bank konvensional, Jadi semua produk bisa kita fasilitasi. Maunya nasabah apa jadi bisa kita akomodasi. Serta kita juga akan memberikan reward semacam hadiah bagi nasabah yang menanamkan modal besarnya pada kita dan kita selalu memberikan layanan yang terbaik.

5. Bagaimana strategi BSM dalam memenuhi kebutuhan Nasabah yang kebutuhannya beebeda-beda ?

- Cara mempertahankan nasabah?

Yang pasti kalau masalah strategi dalam memenuhi kebutuhan nasabah kan pasti macam-macam, di BSM pun kita juga mempunyai produk yang bermacam-macam. Seperti nasabah yang memiliki kebutuhan konsumtif seperti beli mobil, KPR, ataupun yang lainnya. Atau mereka yang ingin mengembangkan usaha atau bagi perusahaan yang dibidang kontraktor biasanya ada kontrak dengan instansi nah itu yang menggaransi kita.

- Adakah semacam pembinaan atau semacamnya?

Kalau pembinaan tetap kita lakukan jadi misalkan kita rutin mengunjungi nasabah.

- Adakah reward bagi nasabah?

Kalau masalah reward bagi nasabah kita berikan program-program khusus misalkan untuk hadiah. Ada juga nasabah yang kita beri apresiasi berupa umroh serta ada logam mulia. Program tersebut juga juga diadakan saat miladnya BSM dan saat nasabah yang melakukan pembiayaan KPR nah disitu nasabah juga mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan hadiah tersebut. Lalu ada nasabah pensiunan kita beri program kita kasih produk sembako.

6. Bagaimana kebijakan perusahaan dalam menyikapi persaingan usaha yang sangat ketat ?

- Apa kebijakan yang dikeluarkan perusahaan untuk menjaga loyalitas nasabah?

Salah satunya tadi ya kita adakan kunjungan, kita telepon, lalu kita kasih hadiah juga misalkan ada nasabah yang menanamkan modal besar, lalu seperti nasabah yang mengadakan kegiatan-kegiatan tertentu itu juga kami support. Lalu ada yang nasabah yang ulang tahun kita kirimkan kue kepada nasabah tersebut.

7. Bagaimana strategi BSM dalam mengelompokkan pangsa pasar yang menguntungkan tapi tanpa adanya penipuan serta hal yang dilarang lainnya ?

- Memisahkan segmen2 pasar yang ada?

Ya kita pisahkan pengelompokan pangsa pasar sesuai dengan kebutuhan nasabah.

- Dari segi selera atau kebutuhan, dari segi umur serta pendapatan, dari segi gaya hidup atau strata sosial masyarakat?

Dikita kan ada nasabah perseorangan dan ada juga yang instansi, kalau diinstansi disitu kan karyawannya banyak kita akan menawarkan produk yang sifatnya konsumtif seperti membeli KPR, terus alat elektronik, dsb.

Segmennya kan yang pertama komersial yaitu pada perusahaan-perusahaan besar. Lalu ada bisnis banking itu untuk investasi dan usaha. Lalu cosumer ada pembiayaan yang bersifat konsumtif. Lalu ada mikro.

8. Bagaimana strategi BSM dalam menentukan target yang akan dibidik ?
 - Apakah ada target tersendiri dari perusahaan untuk setiap karyawan?

Semua segmen merupakan ladang bagi pertumbuhan perusahaan maka dari itu kita tidak mengsia-siakan kesempatan itu tanpa memandang dari status sosial atau pun dr segi yang lain.
9. Marketing mix masalah produk, tempat, menentukan harga, serta strategi promosi ?
 - Adakah kelebihan dari sebuah produk yang dikeluarkan oleh BSM?

Kelebihan produk kita menetapkan margin lebih ringan, kita berikan apresiasi hadiah
 - Apakah ada kesesuaian antara penetapan harga dengan permintaan serta penawaran?

Kita melihat dari pesaing kita atau bank-bank lain misalkan di bank lain menetapkan harga sekian nah kita nanti akan mengajukan harga yang sama atau kalau bisa lebih rendah dari bank lain kepada pusat. Misalkan ya potensi di pasar kan memang lagi banyak yang berminat pasti mereka akan kasih harga yang spesial.

- Strategi promosi apa yang digunakan oleh BSM?

Kita promosi lewat iklan atau media promosi entah itu bersifat elektronik ataupun non elektronik. Lalu kita bisa lewat brosur-brosur yang sudah ditetapkan oleh pusat. Kalau di cabang tersendiri kita biasanya banyak pendekatan lewat peronal atau dari instansi ke instansi lain.

10. Bagaimana strategi BSM dalam membangun nama baik dikalangan nasabah serta masyarakat luas ?

- Apakah BSM melakukan kerjasama atau sponshorship dengan perusahaan yang lain atau dalam event2 tertentu, progam sosial?

Yang pertama yaitu memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah serta memberikan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dan setiap tahun ada bantuan CSR berupa renovasi madrasah, renovasi saluran air, rumah sakit, renovasi masjid, lalu ada juga memberikan hewan kurban ke masyarakat sekitar.

11. Bagaimana strategi penjualan produk ataupun jasa pada BSM pada nasabah ?

- Apakah setiap karyawan bsm dibekali kemampuan bernegosiasi dengan nasabah lau gimana strategi yang digunakan?

Ya harus itu karena Kemampuan dalam bernegosiasi di sini adalah kemampuan seorang pemasar atau marketer dalam membuat suatu kesepakatan dengan calon nasabah, hal ini berkaitan dengan cara menawarkan suatu produk kepada nasabah

B. DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan bagian pemasaran.



C. CURRIKULUM VITAE

Data Pribadi

Nama Lengkap : Luqman Hakim
 Tempat Tanggal Lahir : Madiun, 25 Desember 1994
 Alamat : Jl. Tilam Upih VII/38B, Taman, Madiun
 Agama : Islam
 Status : Mahasiswa
 Alamat Sekarang : Jl. Ketintang Baru XII/35 b. Surabaya
 No. Telephone/ HP : 0895388117595

Data Pendidikan

| No | Pendidikan Formal | Tahun |
|----|--|-------------|
| 1 | MIN Demangan Madiun | 2001-2007 |
| 2 | SMP – IT Al-Ikhlas Magetan | 2007 – 2010 |
| 3 | SMK Peternakan Mardhotullah Yogyakarta | 2010 – 2013 |
| 4 | Universitas Muhammadiyah Surabaya | 2014 - 2018 |

Pengalaman Organisasi

| No | Pengalaman Organisasi | Tahun |
|----|------------------------------------|-------------|
| 1 | Kabid Humas HIMA Perbankan Syariah | 2016 – 2017 |

D. BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi : Hukum Keluarga Islam (HKI), Studi Agama Agama (SAA),
Pendidikan Agama Islam (PAI), Perbankan Syariah (PS)

Kampus : Jl. Sutorejo No. 59 Surabaya 60113 Telp. (031)3811966 Fax.(031)3813096 email: fai.ums@gmail.com

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Luqman Hakim
2. NIM : 201415026
3. Jurusan / program Studi : Perbankan Syariah
4. Judul Skripsi : Implementasi Syariah Marketing dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Jember Mandayani Surabaya)
5. Tgl. Mengajukan Skripsi : 7 Februari 2019
6. Dosen Pembimbing : Agul untuk MEI Agul Mujib MM
7. Daftar Konsultasi :

| Tanggal / Bulan | Paraf Pembimbing | | Keterangan Konsultasi |
|-----------------|------------------|-------------|--|
| | I | II | |
| 16 Des 2018 | <i>Agul</i> | | Revisi proposal - Bab I |
| 20 Des 2018 | <i>Agul</i> | | Bab I acc lanjut Bab II |
| 28 Des 2018 | <i>Agul</i> | | Bab II revisi (perbaikan penulisan ayat) |
| 3 Jan 2019 | <i>Agul</i> | | Bab II acc lanjut Bab III |
| 16 Jan 2019 | <i>Agul</i> | | Bab III dan Bab IV revisi (tambahkan data) |
| 20 Jan 2019 | <i>Agul</i> | | Bab IV ok |
| 23 Jan 2019 | <i>Agul</i> | | Bab V ok |
| 26 Jan 2019 | <i>Agul</i> | | all Bab acc (siap ujian) |
| 23 Jan 2019 | | <i>Agul</i> | Bab 2 - v |
| 27 Jan 2019 | | <i>Agul</i> | Revisi Bab 1 - v |
| 5 Feb 2019 | | <i>Agul</i> | Revisi Bab 1 - V |

8. Selesai menulis Skripsi tanggal : - -
9. Bimbingan telah selesai tanggal : - -
10. Ujian / Munaqosah Skripsi tanggal : - -
11. Nilai Munaqosah : _____ / _____

| Mengetahui Kaprodi, | Dosen Pembimbing I | Dosen Pembimbing II |
|--------------------------|--------------------|---------------------|
| <i>Renekul Amri, MSi</i> | <i>Dian Rukmah</i> | <i>Agul Mujib</i> |

E. SURAT KETERANGAN PENELITIAN

PT Bank Syariah Mandiri
Area Surabaya II
BSM Jemur Handayani
Jl. Jemur Handayani No. 3 Surabaya
Telp. (031) 8411230, 8411250
Fax. (031) 8411260, 8410916
www.syahiahmandiri.co.id

SURAT KETERANGAN
No. 21/115-3/126

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan Jemur Handayani No.03-Surabaya, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Luqman Hakim
NIM : 201415026
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Muhammadiyah Surabaya

Telah melaksanakan pengambilan data penelitian di PT Bank Syariah Mandiri – KC Surabaya Jemur Handayani pada periode 11 Januari 2019. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya 18 Maret 2019
PT BANK SYARIAH MANDIRI
KC SURABAYA JEMUR HANDAYANI


mandiri syariah
KC Jemur Handayani
Nurhadi Kussetia Budi
AOSM


Muhamad Rizal Anugra S
GSS

F. ENDORSEMENT LETTER



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA PUSAT BAHASA

Jl. Sutorejo 59 Surabaya 60113 Telp. 031-3811966, 3811967 Ext (130) Gd. A Lt 2
Email: pusba.umsby@gmail.com

ENDORSEMENT LETTER

246/PB-Ums/EL/VII/2019

This letter is to certify that the abstract of the thesis below

Title : Sharia Marketing Implementation in Improving Customer Satisfaction in Mandiri Office of Jemur Branch Andayani Surabaya
Student's name : Luqman Hakim
Reg. Number : 201415026
Department : S1 Perbankan Syari'ah

has been endorsed by Pusat Bahasa *UMSurabaya* for further approval by the examining committee of the faculty.

Surabaya, 18 July 2019

Chair
Wade Hamsia, M.Pd